

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG
(Studi Kasus Pada PT. Veneta Nusantara Cabang Malang)**

Lia Yudar Pratiwi

e-mail: lia.yp85@gmail.com

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan, Malang)

Sri Wilujeng

Rita Indah Mustikowati

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kanjuruhan, Malang)

ABSTRAK : Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap minat beli ulang pada PT. Veneta Nusantara Cabang Malang, untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap minat beli ulang pada PT. Veneta Nusantara Cabang Malang, untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan secara parsial terhadap minat beli ulang pada PT. Veneta Nusantara Cabang Malang, untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi penjualan secara simultan terhadap minat beli ulang pada PT. Veneta Nusantara Cabang Malang, dan untuk menganalisis pengaruh dominan terhadap minat beli ulang pada PT. Veneta Nusantara Cabang Malang. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 75 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, koefisien determinasi (R^2), uji t (parsial) dan uji dominan. Analisis kualitatif untuk memberikan interpretasi data yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas layanan dan promosi penjualan secara parsial maupun secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang (nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 5\%$). Variabel yang berpengaruh dominan adalah promosi penjualan.

Kata kunci –kualitas produk, kualitas layanan, promosi penjualan, minat beli ulang